

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management

Jurusan Manajemen

Tugas Akhir Sarjana Ekonomi

Semester Genap tahun 2014/2015

BROS IN THE BOX

Rabiendra Dharu Daksa - 1301066202

ABSTRAK

Bros In The Box merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *food & beverages* yang menyediakan produk varian *burger*, *ricebowl* dan makanan lainnya. Target pelanggan yang kami tuju adalah semua kalangan, dimana lokasi tempat usaha kami berdiri dekat dengan perkantoran, universitas dan tempat umum lainnya yang banyak aktifitas masyarakat. Bros In The Box didirikan oleh Rabiendra Dharu Daksa yang ingin memberikan wajah baru terhadap *street food* di Indonesia dengan menggunakan *truck* atau biasa disebut dengan *food truck*. Perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang *food truck* di Indonesia bisa di bilang masih sedikit, dan *food truck* di Indonesia masih sesuatu hal yang baru bagi masyarakat kita. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu melakukan inovasi dalam produk, jasa dan strategi pemasaran yang di tawarkan. Strategi pemasaran dan penjualan yang efektif dan berbeda dari yang lainnya akan sangat berpengaruh terhadap nilai jual produk dan jasa yang akan ditawarkan Bros In The Box. Dengan target pemasaran yang tepat dan penjualan yang efektif maka sistem operasional dan keuangan tidak akan mengalami hambatan, Bros In The Box dapat bertahan. Modal yang kami keluarkan untuk bisnis ini sebesar Rp. 319.150.000 dan Break even point pada waktu 1 tahun 1 bulan dengan nilai Rp 331.039.500.

Kata Kunci : Inovasi Jasa, Strategi Pemasaran, dan Penjualan.

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management

Departement of Management

Economics Garduate Thesis

Even Semester Year 2014/2015

BROS IN THE BOX

Rabiendra Dharu Daksa - 1301066202

ABSTRACT

Bros In the Box is a company in the market sector of food & beverages that delivers a variant of products such as burgers, rice bowls, and other types of food. Our target customers are from all kinds of social circles in that we build our business location near offices, universities, and other public areas where there are many social activities. Bros in the Box was founded by Rabiendra Dharu Daksa who wanted to give forth new ideas for street food in Indonesia by using trucks or what is also commonly know as food trucks. Companies within the business field of food trucks in Indonesia are still limited and food trucks are still considered as a novelty in our society. In order to be able to win the competition in the market, companies must be able to innovate in terms of its products, services and marketing strategies that it can offer. Marketing strategies, effective sales, and differentiating ourselves from other companies in the market will definitely greatly affect the sale of the products and services offered by Bros In the Box. With the right marketing target and effective sales we believe that there would be no hindrances with regards to our operation and our finances and as such Bros in the Box will surely thrive. The capital used in this business amounts to Rp.319.150.000 and the break-even point is within 1 year and 1 month in the amounts of Rp. 331.039.500.

Keywords : Service Innovation, Marketing Strategy, and Sales

